

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Dmour, R., Hammdan, F., Al-Dmour, H., Alrowwad, A., & Khwaldeh, S. M. (2017). The Effect of Lifestyle on Online Purchasing Decision for Electronic Services: The Jordanian Flying E-Tickets Case. *Asian Social Science*, 13(11), 157. <https://doi.org/10.5539/ass.v13n11p157>
- Asyifa, L.S. dan Agus R. (2016). Kenyamanan dan Kepercayaan Konsumen Blibli.com Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal of Business Manajement Education*. Vol: 1 No 6. 49-56.
- Buchari, Alma. (2011). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Kesembilan, Alfabeth, Bandung.
- Dhar Joydip., Abhishek K.J. (2014). Analyzing Social Media Engagement and its on Online Product Purchase Decision Behavior. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 24:791-798
- Ekasari, N., & Hartono, R. (2015). Pengaruh Faktor-Faktor Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Apple. *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi*, 1.
- Erlang Prima Insani. (2013). Analisis Pengaruh Kenyamanan Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Pemesanan Tiket Kereta Api Melalui Website Resmi Pt. Kai. *Analisis Pengaruh Kenyamanan Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Pemesanan Tiket Kereta Api Melalui Website Resmi Pt. Kai*, 12(3), 241–260. <https://doi.org/10.14710/jspi.v12i3.241-260>
- Faradisa, I., Leonardo B.H, Maria M.M., (2016). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesia Coffeshop Semarang (ICOS CAFÉ). *Jurnal of Manajement*. Vol: 2 No 2.
- Ferdinand, A. (2014). Metode Penelitian Manajemen (5 th ed.) Semarang: Seri Pustaka KUnci 12.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 20* (5th ed.) Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square Komsep Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Amart PLS 3.0* (2nd ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hayuningtyas, W. H., & Widiyanto, I. (2015). Antecedent Kepercayaan Dan

Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal of Management*, 0(0), 639–749. Retrieved from <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Kotler, Philip and Gerry Armstrong (2014): *Principle Of Marketing*; 15th edition. New Jersey: Person Pretice Hall.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2008). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, Keller, K Lane, (2009) *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1 dan 2, Jakarta: Erlangga.

Maharani, N. and Luthfia S. (2017). *Analysis Of Attitude, Motivation, Knowledge, and Lifestyle of the Consumers in Bandung who Shop Through Instagram. Jurnal The Winners*. Vol: 18 No 1. 13-23.

Mahkota A.P., Imam S., Riyadi. (2014). Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian *Online*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 8, No 2.

Monuwe, Tonite Perea Y, et al. (2004). What drives consumers to shop online? A literatur review. *International Journal of Service Industry Management*.VOL.15, No 1, 102-121.

Nasution, A.N. dan Linzzy P.P. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Membeli *Online*, *Festival Risel Manajemen& Akutansi*, 2656-6362.

Pham, Q. T., Tran, X. P., Misra, S., Maskeliunas, R., & Damaševičius, R. (2018). Relationship between convenience, perceived value, and repurchase intention in online shopping in Vietnam. *Sustainability (Switzerland)*, 10(1). <https://doi.org/10.3390/su10010156>

Pradwika, D.F., Sudharto P.Hadi. (2018). Pengaruh Promosi Kreatif dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen E-Commerce Zalora.co.id. *Diponegoro Journal of Social and Politic*.<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>

Seock, Y. K., & Bailey, L. R. (2008). The influence of college students' shopping orientations and gender differences on online information searches and purchase behaviours. *International Journal of Consumer Studies*, 32(2), 113–121. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2007.00647.x>

Setyarko, Y., (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara *Online*. Vol: 5 No 2, 2252-6226

Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi* (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif, Kombinasi, dan R&D* (3rd ed.). Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3, Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2014), *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi offset.
- Wahyuningsih, D.W. (2019). Pengaruh Variasi Produk, Harga dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Motor N-Max di Wonogiri. *Edunomika* Vol. 3, No 3.
- Wardoyo, Intan A. (2017). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*. Vol. 19, No 1.